

Montréal, le 14 mai 2010

Monsieur Robert A. Morin
Secrétaire général
CRTC
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR TÉLÉCOPIEUR

Objet : Avis public de radiodiffusion CRTC 2010-97 – Réponse aux observations
soumises lors de la première étape de l'appel aux observations sur les
exigences de rapport visant les entreprises de radiodiffusion de nouveaux
médias

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'ADISQ apprécie l'opportunité que lui offre le CRTC de faire connaître son point de vue sur les observations déposées en avril dernier sur les exigences de rapport visant les entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias.

MISE EN CONTEXTE

2. Dans son intervention soumise au CRTC le 30 avril dernier dans le cadre de l'appel aux observations sur les exigences de rapport visant les entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (Avis public de radiodiffusion CRTC 2010-97), l'ADISQ a souligné l'importance que soit mis en place des indicateurs relatifs à l'offre, au positionnement et à la consommation de contenus sonores, en plus des données financières des entreprises de programmation et de distribution de contenus sonores sur les nouvelles plateformes.
3. Ces indicateurs permettront notamment au CRTC de réévaluer la pertinence ou non de maintenir son ordonnance d'exemption. L'ADISQ a également fait valoir que ces indicateurs aideront aussi l'industrie canadienne de la musique à mieux s'adapter à l'évolution néomédiatique, à bâtir un modèle d'affaires numérique viable et à s'inscrire de plein droit dans le déploiement des plateformes néomédiatiques. Ce faisant, le milieu de la musique pourra continuer de jouer

pleinement le rôle que lui confère la loi quant à l'offre de contenu musical canadien aux citoyens de ce pays.

4. Par la présente, l'ADISQ aimerait maintenant répondre brièvement à différentes observations soumises par d'autres parties au cours de la première étape de cette consultation publique.
5. De façon plus précise, l'ADISQ aimerait commenter les éléments suivants qui ont été soulevés par différents partis :
 - 1- L'exigence de rapport visant les entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias constitue un fardeau pour celles-ci; et
 - 2- Internet est un vaste univers insondable.

1. L'exigence de rapport visant les entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias constitue un fardeau pour celles-ci

6. L'ADISQ est d'avis que les différents éléments que le CRTC souhaite recueillir via cette exigence de rapport, soit notamment l'offre et le type de contenus, la consommation de ce contenu, sont des éléments qu'une entreprise ayant des activités sur les nouveaux médias collige déjà en grande partie ou si ce n'est pas le cas, aurait grandement intérêt à le faire. Il nous semble aller de soi qu'une entreprise souhaitant générer par exemple des revenus publicitaires dans le cadre de ses activités sur Internet soit intéressée à connaître l'importance ainsi que la nature de son auditoire sur le web. Dans le même esprit, cette entreprise devrait également être intéressée à avoir un portrait le plus fidèle possible de la popularité des différentes composantes de son offre de contenu de façon à être en mesure de réajuster son tir et solliciter des annonceurs.
7. Quant aux données financières, l'ADISQ est d'avis qu'il s'agit de données dont dispose évidemment ces entreprises, et que les entreprises affiliées fournissent de toute façon déjà au CRTC. Bref, l'ADISQ est d'avis qu'au contraire, plutôt que de représenter un fardeau, la compilation et l'analyse de telles données nous semblent des activités cruciales pour garantir le succès de l'exploitation d'une entreprise néomédiatique.
8. L'ADISQ est donc tout à fait en désaccord avec l'affirmation que plusieurs parties ont soutenue à l'effet qu'une telle exigence de rapport inhiberait le développement d'une offre canadienne néomédiatique.

9. Enfin, l'ADISQ est d'avis que ces informations devraient être traitées de la façon la plus transparente possible de façon à s'assurer que ces activités néomédiatiques évoluent dans le sens des objectifs de la *Loi*.

2. Internet est un vaste univers insondable

10. Plusieurs intervenants ont fait valoir au CRTC qu'il s'avérait à toutes fins pratiques impossible pour le CRTC d'être en mesure d'établir un portrait utile et représentatif de l'évolution des activités et de la consommation néomédiatique au Canada. À l'appui de cette affirmation, ces intervenants font notamment valoir que ce sont des entreprises non affiliées étrangères telles que You Tube, MSN et Yahoo qui s'accaparent la grande majorité de l'achalandage sur le web¹ et que le CRTC n'a pas l'autorité nécessaire pour imposer à ces services une telle obligation de rapport.
11. Aussi, ces intervenants ont également fait valoir que les différents outils de mesure utilisés par les entreprises affiliées ou non-affiliées ou par des tiers parties tels que des entreprises spécialisées comme comScore sont trop différents pour pouvoir en dégager un portrait global des activités des entreprises néomédiatiques. Ces intervenants sont inquiets que cette absence d'unité de mesure standardisée puisse faire en sorte que le CRTC en additionnant des données non standardisées tire de fausses conclusions sur l'évolution globale des activités de radiodiffusion néomédiatiques.
12. D'abord, l'ADISQ aimerait rappeler les passages suivants de la Politique sur les nouveaux médias du Conseil (Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-329) où celui-ci convient des limites des outils de mesure actuels mais estime tout de même nécessaire d'exercer des activités de surveillance sur le web.

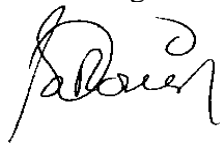
52. Le Conseil estime nécessaire de mesurer et de surveiller le contenu canadien de radiodiffusion pour vérifier d'une part l'importance de la radiodiffusion par les nouveaux médias et d'autre part son incidence sur le système canadien de radiodiffusion. Le Conseil reconnaît les limites des outils qui servent actuellement à mesurer les données, mais n'en croit pas moins utile de recueillir les meilleures informations possibles. Ces données sur le contenu de radiodiffusion fourniront au Conseil une base de référence plus complète sur laquelle s'appuyer au moment de revoir et d'affiner les politiques de radiodiffusion dans cet environnement en pleine évolution.

53. Le Conseil conclut en outre, puisque les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias recueillent déjà ce genre d'information sur le contenu de radiodiffusion pour leur propre compte, que les obliger à faire rapport sur ces données n'alourdira pas tellement le fardeau réglementaire.

¹ Selon la firme comScore, les propriétés de Google s'accaparent 52,3% du visionnement total de vidéos sur le web au Canada.

13. L'ADISQ, contrairement à certains intervenants, estime qu'il serait très regrettable et préjudiciable pour l'ensemble des composantes du système canadien de radiodiffusion d'attendre la mise en place d'outils standardisés et internationalement reconnus pour tenter de sonder l'activité néomédiatique. Tout comme le CRTC, l'ADISQ est d'avis que ces outils et unités de mesure sont évolutifs et fait confiance que le CRTC saura extrapoler de façon professionnelle les données qu'il pourra recueillir et en tirer les conclusions appropriées.
14. De plus, tel que nous l'avons exposé dans l'intervention soumise lors de la première étape de cette consultation publique, l'ADISQ est d'avis que le CRTC a tout à fait l'autorité d'exiger des entreprises non-affiliées étrangères qui ont des activités au Canada, de lui soumettre les mêmes données que celles exigées aux entreprises affiliées.
15. Enfin, tel que l'ont proposé certains intervenants, l'ADISQ recommande que de façon complémentaire à cette consultation publique le CRTC mette en place un groupe de réflexion qui aurait pour mandat d'appuyer le CRTC dans le développement d'outils et d'unités de mesure standardisés et performants qui permettront de tirer le meilleur portrait possible de l'activité néomédiatique. L'ADISQ estime important que ce groupe soit composé de représentants de différentes provenance : entreprises néomédiatiques, producteurs de contenus néomédiatiques, firmes spécialisées dans la mesure des activités néomédiatiques,...
16. L'ADISQ tient à assurer le CRTC de son appui dans le but de dresser le portrait le plus fidèle possible des nouveaux médias, l'objectif ultime de toute cette démarche étant de favoriser le développement continu des entreprises canadiennes et le rayonnement du contenu canadien dans cet univers.
17. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse ggrimard@adisq.com ou par télécopieur au 514.842.7762.
18. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette réponse aux observations déposées en avril dernier, veuillez recevoir, Monsieur le Secrétaire général, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et
directrice générale,



Solange Drouin

Fin du document

